

微型貿易的興起與發展趨勢

THE RISING AND DEVELOPING TENDENCY OF MICRO TRADING

蘇建宇

- (一) 前言
- (二) 什麼是微型貿易？
- (三) 微型貿易的形成背景
- (四) 微型貿易的特性
- (五) 微型貿易的影響
- (六) 討論—微型貿易會成為一種趨勢嗎？



◎前言(頁一)

老師、助教、各位學弟、妹們大家好!

月初的時後，老師及主任打電話給我，希望我也能回來參加母校逢甲大學的 50 周年校慶，可是因為 11 月 10 日至 13 日我們在捷克有一個運動用品及自行車的小型展覽，行程在幾個月之前就已排定，無法臨時改變，加交通上往來的時間，只好忍痛放棄，以生意為重，而心祝福之。

不知道各位對逢甲大學的感覺如何，但我真的一直以我的母校為榮，尤其是往後在工作上遇到了許許多多的校友，看到他們在各個行業裡認真盡職而且優異的表現，總讓我覺得逢甲大學對這個國家，在它經濟發展的進程裡所作的貢獻，是應該獲得高度肯定及表揚的。

在經濟系的四年裡，我們所學到的經濟學知識，雖然只是基礎，但經濟系是商學院之母，因此這些基礎，在我往後無論是就業或自行創業的階段，都因此而引領我個人在跨領域的學習與訓練上扮演一個重要的助力而讓我受益不淺。

雖然這中間我曾因個人的興趣與事業上的需要而去學習一些工學與產品設計的相關的知識，但基本上，對於企業經營的理念還是以商學知識的運用為主。

我喜歡對人說：「如果你在學校時，對專業學術的學習成績，四年下來平均只得 60 分，但你畢業之後，仍然能保持這樣的實力，那麼在 10 年之後，同學們若回來再會考一次，保證你一定名列前茅，因為，除了在專業領域裡繼續研究或因工作需要使用本科專業學術的同學外，其他大部份的人，幾乎都把他在學校裡所學的忘光了」。

我們都知道，每個人在一生的歷程裡，都會有特定的學習階段，同時也有因功力不足而需要再回歸到學堂裡補充知識，前者便是各位現在所處的階段，後者便是所謂的「進修學習」，然而不論是在那個時段，只要有願力，認真的把學堂裡的基礎學好，雖然未必因此而成就一番大業，但基本上對事理的論述與分析基礎，終究在無形之中有助於你找出一個方向。當然「時刻學習」已經是現代人在科技時代裡求得生存技能的不二法門。如果我們把在學堂上修得的學術基礎為經，終身學習所學的知識為緯，那麼兩者相輔相成，以我個人的經驗，要編織一片平凡而安定的人生，應該不是難事。

◎前言(頁二)

各位也許是志願，也許因為某些因素，而選擇於夜間作學術修習而白天工作；我時常說：「真正的大師都是救苦難於紅塵俗世中 或 傳道授業解惑於學堂上」，如果把白天的工作看作是爲了生存的紅塵世事，那麼此刻又能正襟危坐在學堂上的各位，啓不是日夜與大師爲伍，這應該也算是人生一大幸福吧，更何況你們之中，也許有人已是當今某方面的大師了呢！

當然，每位我們逢甲經濟系的畢業生都有不同的生涯，從而獲得不同的人生體驗，並非經濟系的畢業生將來都得從事經濟相關領域的工作，因為大學教育只是各個專業領域的前置養成教育而已，將來各位不論是繼續研究，還是從此展開人生的就業生涯，後續的專業學習才是重點，也因此才能讓你自己所在所從事的工作裡，提出有益於那個領域更進步的處事方法或看法。

以上，只是我個人對大學教育的一點看法。如果依此觀點來論，那麼以下我們所要談的主題，也只是我個人於畢業後，就我所從事的工作所獲得經驗與感受，更無關於學理或學術結果發表，所以就請你們把它當作一位畢業學長回來這裡跟學弟、妹們分享他現階段的工作經驗報告或此一時代的貿易趨勢談論吧...

記得去年 11 月底，我回到系裡講「貿易環境的變遷與影響」與學弟妹們分享，在那次所談的內容裡，我們在第五大子題「行銷通路的改變」裡提到，因為 e 時代的來臨，造成了行銷通路的改變，也直接影響了商品的行銷方式，如果要以時間來區分的話，我們可以說，從 90 年代末期的 B to B 企業與企業之間的貿易往來，漸漸演進到現在的 B to C 由企業直接將商品銷售至消費者時代。



在這 10 多年間，由於買賣雙方規模的差異化變大，國與國或區域與區域之間的小額貿易因此應運而生，從而造成各國政府進出口稅收嚴重流失的結果發生等等..其實已經提到貿易型式的變化與相關影響..

今天，我們將受此影響之一的「貿易型式」拉出來做一個更深入的探討，一來是讓各位了解目前我所看到的產業與貿易環境變化，二來也可作爲一個方向，給予各位評估，因爲這樣的變化，你自己將來如果有興趣在產業界發展，或從事經濟專業領域研究，那些是你可以依據此一主題做更大發揮的地方。

◎何謂微型貿易 (Micro Trading)?

●名稱由來

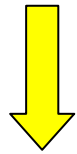
—它是我個人對數位行銷興起後的一種小型國際貿易行為，因買賣雙方，不論是交易雙方的規模、數量、金額、付款、配銷通路等所產生有別於傳統小額貿易的貿易方式的稱呼。

●本質

—它是網路銷售國際化的現象，也將是國際貿易的一環，但無法取代傳統的國際貿易方式。

◎ 微型貿易形成的背景?

供給面



需求面



產地及產業供應鍊的變化

產品質與量的進化

專業知識需求的變化

行銷通路及付款條件的改變

知識經濟產業競爭全球化

創新與設計電腦化

數位行銷無遠弗屆

付款方式多樣化

產業與貿易
環境的變遷

◎微型貿易的特性？

- 它含蓋了小額貿易，但交易主體更為寬廣。
- 它含蓋了網路銷售，但不僅止於網路行銷的範疇。
- 它是知識經濟時代一種貿易方式的演進。
- 它存在於現今的貿易行為中，卻不受傳統貿易法規及各國稅法所桎梏，而且正在逐步擴展。
- 它是品牌創立的一個新平台，也是品牌商譽的殺手。
- 它是完全自由競爭的市場，可以小本經營，也可能是資本密集化的服務業。

◎ 探討

- 微型貿易會成為一種趨勢嗎？
- 那些相關行業會因此而受影響？
- 創業時應注意的事項？
- 應俱備那些相關知識？